



Týden vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji 7. - 11. listopadu 2011

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA



Obsah

1. Úvodní informace o Týdnu vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji	3
2. Přehled a vyhodnocení aktivit realizovaných v rámci TVD	3
2.1. Ukázkové kurzy, semináře, dny otevřených dveří, kulaté stoly a další	3
2.2. Prezentace v prostorách úřadů práce	4
2.3. Webová prezentace poskytovatelů vzdělávání dospělých	4
3. Struktura účastníků akcí Týdne vzdělávání dospělých	5
4. Propagace Týdne vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji	6
5. Rozpočet	8
6. Vyhodnocení ankety	9
7. Závěr a doporučení pro další ročníky	10

1. Úvodní informace o Týdnu vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji

Cílem Týdne vzdělávání dospělých 2011 (dále jen TVD) v Královéhradeckém kraji bylo seznámit veřejnost s významem a možnostmi celoživotního učení, motivovat k dalšímu vzdělávání, nabídnout konkrétní vzdělávací příležitosti dalšího vzdělávání v kraji, zdůraznit význam dalšího vzdělávání pro zvyšování kvalifikace, produktivity, uplatnění a udržení se na trhu práce a nastolit se zaměstnavateli dialog o potřebách a přínosech dalšího vzdělávání.

Zadavatelem akce byl Královéhradecký kraj, organizačně TVD v Královéhradeckém kraji zajistily Úřady práce ČR, resp. krajská pobočka v Hradci Králové a kontaktní pracoviště v Jičíně, Náchodě, Rychnově nad Kněžnou a Trutnově. Na Týdnu vzdělávání dospělých spolupracovala také Asociace institucí vzdělávání dospělých, pod jejíž záštitou se Týdny vzdělávání dospělých v České republice pořádají. Záštitu nad Týdnem vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji převzal stejně jako v předcházejících letech hejtmán Královéhradeckého kraje Bc. Lubomír Franc.

2. Přehled a vyhodnocení aktivit realizovaných v rámci TVD

- Ukázkové kurzy pro veřejnost, dny otevřených dveří
- Prezentace v prostorách úřadů práce v *Hradci Králové, Jičíně, Náchodě, Rychnově nad Kněžnou, Trutnově*
- Webová prezentace poskytovatelů dalšího vzdělávání na webových stránkách Úřadu práce ČR, resp. krajské pobočky v Hradci Králové v sekci věnované TVD.

2.1 Ukázkové kurzy, semináře, dny otevřených dveří, kulaté stoly a další v číslech:

Okres	Počet akcí	Počet účastníků celkem	Ø počet účastníků na akci
Hradec Králové	76	699	9,1
Jičín	34	279	8
Rychnov n. Kněžnou	49	562	11
Trutnov	33	99	3
Náchod	78	577	7,3
CELKEM	269	2216	8,2

Nejnavštěvovanější akce v jednotlivých okresech:

Hradec Králové

- PC kurzy (ECDL, Photoshop,...)
- Interní akce: Jak se stát úspěšným při pohovoru, Možnosti rekvalifikace a poradenství na ÚP
- Osobní rozvoj: Sociálně psychologický výcvik, Koučování, Strategie budování dobrého dojmu
- Tvořivé dílny: Výtvarné techniky, Floristické práce

Jičín

- Interiérový design
- Malá důchodová reforma (OSSZ)
- Dobrovolnické akce
- Filozofie
- První pomoc

Rychnov nad Kněžnou

- Osobní rozvoj
- Správná výchova
- Proč nám chybí energie
- Konflikty v rodině
- Syndrom vyhoření
- PC kurzy

Trutnov

- Význam CŽU pro zvýšení šancí na TP
- Ukázková hodina AJ, NJ

Náchod

- Kurzy péče o tělo: manikúra, pedikúra, ...
- Vizážistika (s filmovou maskérkou)
- Novinky v dopravních předpisech
- Interiérový design
- Flambování
- Aktivity škol např. cukrářské výrobky
- Malá důchodová reforma
- Psycholog
- Canisterapie

2.2 Prezentace v prostorách úřadů práce v *Hradci Králové, Jičíně, Náchodě, Rychnově nad Kněžnou, Trutnově*

V průběhu Týdne vzdělávání dospělých prezentovali zájemci z řad poskytovatelů vzdělávání dospělých svou činnost v prostorách jednotlivých úřadů práce. Celkem této možnosti využilo 76 subjektů:

Hradec Králové (25 subjektů)

Jičín (16 subjektů)

Rychnov nad Kněžnou (11 subjektů)

Trutnov (3 subjektů)

Náchod (21 subjektů)

2.3 Webová prezentace poskytovatelů vzdělávání dospělých

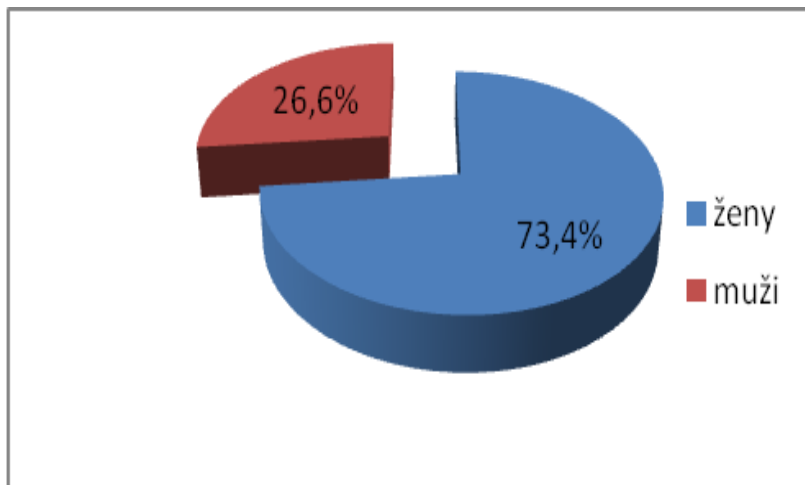
Nabídku představit svou činnost a vzdělávací nabídku na webových stránkách úřadů práce informujících o TVD využilo celkem 90 subjektů:

- Hradec Králové (27 subjektů)
- Jičín (28 subjektů)
- Rychnov nad Kněžnou (16 subjektů)
- Trutnov (10 subjektů)
- Náchod (9 subjektů)

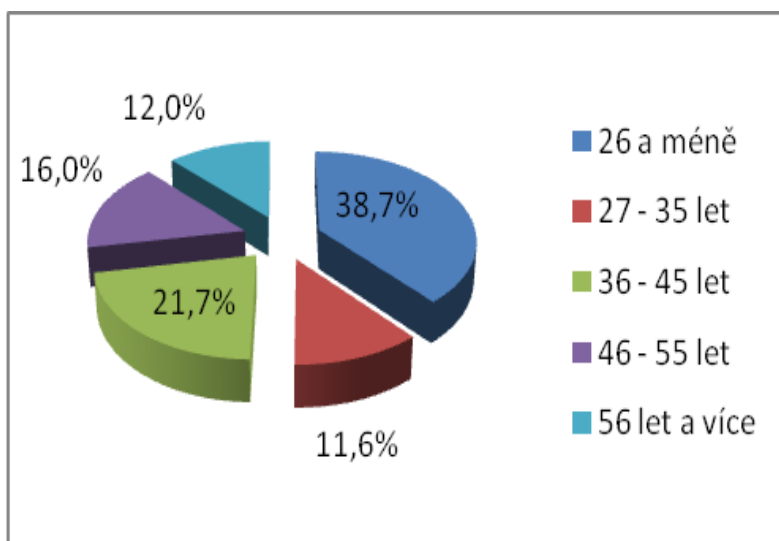
3. Struktura účastníků akcí Týdne vzdělávání dospělých

Týdne vzdělávání dospělých se v letošním roce celkem zúčastnilo 2216 účastnic a účastníků. V průběhu celé akce probíhalo dotazníkové šetření, celkem se podařilo vybrat a vyhodnotit 1887 dotazníků, ze kterých vyplynula struktura účastníků akce:

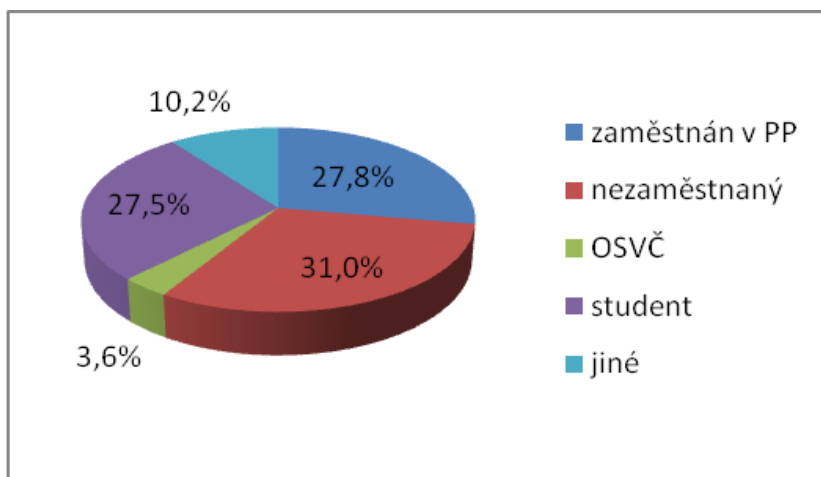
- Stejně jako v roce předcházejícím tvořily ¾ účastníků TVD tvořily ženy.



- Účastnice a účastníci TVD se pohybovali v celém věkovém spektru - nejvíce účastníků spadalo do věkové kategorie do 26 let, nejméně do věkové kategorie 27 – 35 let a 56 a více let.



- Co se týče činnosti účastnic a účastníků, vyrovnaně byly zastoupeny skupiny nezaměstnaných, zaměstnanců i studentů. Nejméně početně zastoupenou skupinou byly osoby samostatně výdělečně činné.



- Většina účastníků uvedla, že se v různé míře věnuje vzdělávání. Opět se podařilo se ale přilákat i účastníky, kteří se nevzdělávají vůbec (21,5% účastníků). Z oborů vzdělávání bylo nejčastěji uváděno vzdělávání v oblasti informačních technologií, cizích jazyků a v oblasti humanitní. Mezi významné patří také vzdělávání zaměřené na osobnostní rozvoj, ekonomii a účetnictví.

4. Propagace Týdne vzdělávání dospělých v Královéhradeckém kraji

Pro účely TVD bylo vyrobeno **250 ks velkoplošných barevných plakátů formátu A1 a 550 barevných plakátů formátu A2** (jednostranný barevný tisk).



TVD byl dále propagován prostřednictvím **barevných regionálně specifických informačních letáků velikosti A4**. Propagaci formou tohoto typu informačních materiálů využily 4 regiony (Královéhradecko, Trutnovsko, Náchodsko a Rychnovsko). Za tímto účelem bylo vyrobeno 1300 těchto informačních materiálů. Náchodsko využilo také regionálně specifické letáky formátu A3.

Kompletní programy v jednotlivých regionech byly distribuovány **v podobě samostatných tištěných brožur** o celkovém počtu 14 000 kusů.

Všichni organizátoři dále distribuovali informační letáky a brožury s programem TVD ve svých spádových oblastech.

Informace o Týdnu vzdělávání dospělých byly zveřejněny na následujících webových stránkách:

Královéhradeckého kraje: www.kr-kralovehradecky.cz, kde mohli zájemci o TVD nalézt potřebné informace v sekci Rozvoj kraje → Rozvoj lidských zdrojů

a portálu Úřadu práce ČR, resp. krajské pobočky v Hradci Králové
http://portal.mpsv.cz/upcr/kp/hkk/informace_z_useku_up/tyden_vzdelavani_dospelych.

Obdobně jako v předcházejících letech byly informace zveřejněny také na www.tvd.blog.cz.

Další formy propagace v jednotlivých okresech – kdo o TVD informoval (výběr):

Okres	Typ publicity	Datum
Hradec Králové	Radnice	2. 11.2011
	Hradecký deník	8.11.2011
	Mladá fronta DNES - východní Čechy (Hradec Králové)	5.11.2011
	www.epis-rpic.cz	2.11.2011
	www.icmhradeckralove.cz	4.11.2011
Jičín	Jičínský zpravodaj	listopad 2011
	Jičínský deník	8.11.2011
	Nové noviny	4.11.2011
Trutnov	Kulturní nabídka Radničních listů v listopadu 2011	říjen 2011
	Český rozhlas Hradec Králové	9.11.2011
	Krkonošský deník	8. 11.2011
Rychnov nad Kněžnou	Rychnovský deník	8.11.2011
Náchod	Náchodský deník	8.11.2011

Propagační předměty pro účastníky aktivit TVD:

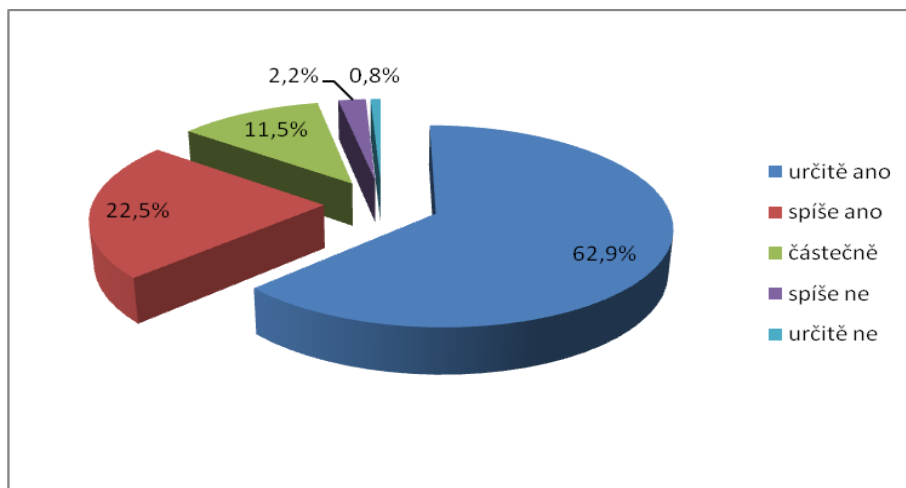
- Propisky s logem TVD – 1000 kusů
- Skládací taška - 250 kusů
- Balónky – 300 kusů
- Kalendářík 2012 (70 x 90 mm) – 1000 kusů
- Blok (formát A5, 50 listů) – 1000 kusů

5. Rozpočet

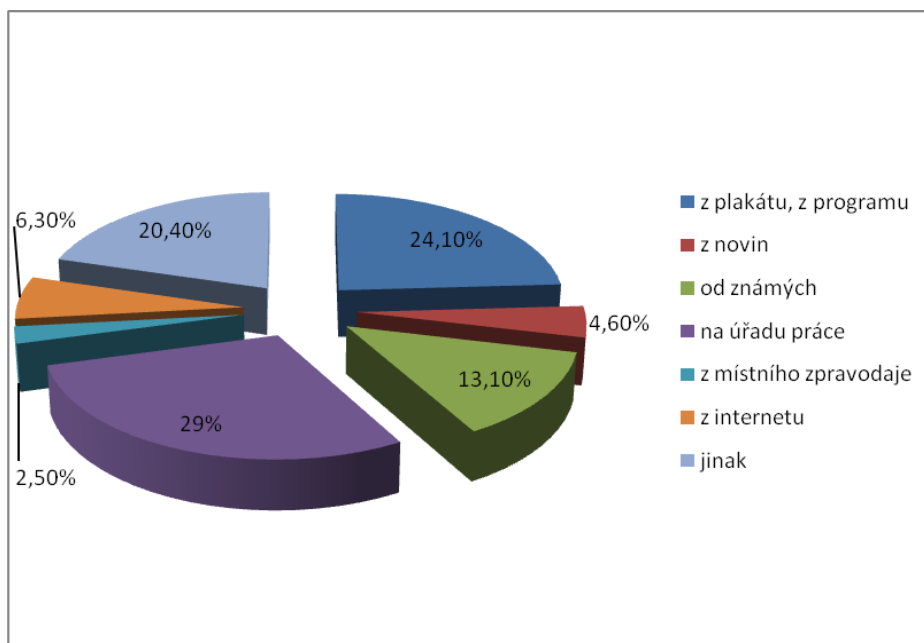
Společné	Tiskoviny	79 668 Kč
	Reklamní předměty	33 918 Kč
	Občerstvení	168 Kč
	Občerstvení konference	18 707 Kč
	Dary	6 752 Kč
HK	Inzerce	5 220 Kč
	Občerstvení	1 655 Kč
	Ukázkové hodiny	5 779 Kč
RK	Občerstvení	3 062 Kč
JC	Nájem	6 000 Kč
	Občerstvení	1 000 Kč
	Inzerce	4 200 Kč
TU	Nájem	1 154 Kč
	Občerstvení	1 728 Kč
NA	Občerstvení	5 500 Kč
	Ukázkové hodiny	4 300 Kč
CELKEM		178 811 Kč

6. Vyhodnocení ankety

Dotazníkové šetření také zkoumalo, zda akce TVD, kterou účastníci navštívili, splnila jejich očekávání. Ve více než 85 % akce očekávání účastnic a účastníků splnila, v 11,5 % pouze částečně.



Na základě dotazníkového šetření bylo dále zjištěno, že nejúčinnějším nástrojem publicity TVD byli sami pracovníci úřadů práce. Mezi další silné informační zdroje patřili plakát a program (distribuci programu realizovali pracovníci úřadů práce a vzdělávací instituce zapojené do TVD), školy a známí. Noviny, místní zpravodaje a internet se ukázaly jako poměrně málo efektivní zdroj publicity této akce.



Dle třídění druhého stupně, kdy byla posuzována účinnost reklamy ve vztahu k věkové skupině, vyplynulo následující: Z plakátu nebo programu se o konání akce dozvědělo 29,4% osob ve věku 36 – 45 let, 23,3% návštěvníků ve věku 26 let a méně. Noviny zapůsobily na 34,1% osob ve věku 36 – 45 let, 22,7% osob ve věku 46 – 55 let. 42% osob ve věku 26 let a méně se o konání akce dozvědělo od

známých. Úřad práce oslovil 26,9% a 22,2 % osob ve věku 36 – 45 let a 26 let a méně. Místní zpravodaj zapůsobil na 51,5% osob ve věku 56 let a více. Jiným (neuvedeným, ale předpokládáme účinnost informování o TVD na besedách se studenty pořádané v rámci IPS) způsobem se o konání akce dozvědělo 85,8% osob ve věku 26 let a méně.

7. Závěr a doporučení pro další ročníky

TVD 2011 proběhl (vzhledem k personální situaci ÚP) úspěšně:

- Účast - nižší kvantita, vyšší kvalita
- Konference proběhla úspěšně (63 účastníků, 8 zajímavých příspěvků)
- Realizační tým:
 - ochota práce nad rámec běžných povinností
 - motivace
 - (totální) nasazení
 - zapojení celého referátu, ředitelů KOP (RK, JC)
- Perfektní spolupráce v regionech
- Výborná spolupráce s KÚ
- Spokojení účastníci
- duben 2012 řešit oficiální web TVD